

実践報告

学生によるサービス業界における企画運営の試み 2017 年度埼玉県課題解決型インターンシップにおける実践報告

Attempting to project management of Service Industry by Musashigaoka College student Practical report of 2017 Saitama Pref. Problem solving type Internship

植松大介 太田あや子
Daisuke Uematsu Ayako Ota

Abstract

平成 29 年度より武蔵丘短期大学（以下本学）は埼玉県の委託事業である「課題解決型インターンシップ」に参加した。これは県内の企業が抱える課題に対し、学生達の課題解決力及び就業意識を高めることを目的とした事業である。今回は本学ホテルを付常施設とした温浴施設にて集客・売上増を目的とした新商品の開発から実売まで行ったものの実践報告である。

キーワード：課題解決型インターンシップ、ホテル、コンセプトルーム、宿泊者専用ラウンジ

I はじめに

本学における地域連携・産官学連携事業の一環として、埼玉県の委託事業である「埼玉県課題解決型インターンシップ事業」に初めて参加した。これは県内大学の学生が課題解決型インターンシップ（以下実習）を行うことにより、学生の課題解決力及び就業意識を高め、県内企業への理解を深めるとともに、県内企業が抱える業務運営上の課題の解決に資することを目的とした事業である。今回は小川町を拠点とする「カワラリゾート株式会社：花和楽の湯/カワラホテル」を舞台に「新興リゾート地における集客率、売上げアップのための企画商品の開発」をテーマに掲げ 4 名の学生がこの温浴施設とホテルの 2 部門に分かれ企画・実売・運営に参加した。今回はこの実習での成果を含めた実践報告をする。

II 埼玉県課題解決型インターンシップ

【事業概要】

事業名：埼玉県課題解決型インターンシップ

幹事団体：一般社団法人 埼玉県経営者協会

幹事大学：国立大学法人 埼玉大学

対象校：埼玉県内大学に在学する大学生、大学院生、短期大学生、留学生

募集人数：30 名（うち 4 名が本学学生）

募集類型：①企業課題提示型 ②大学・学生提案型

今回は②大学・学生提案型で応募

実施期間：平成 29 年 9 月～平成 30 年 2 月

最長 6 ヶ月、最大 25 回の実習を実施

平成 30 年 3 月に参加校に成果発表会を実施

経費：埼玉県より助成金として支給

【受入先企業】

企業名：カワラリゾート株式会社

職種：サービス業

業務内容：温浴施設「花和楽の湯」、

ホテル「カワラホテル」、

スポーツ施設「カワラスポーツ」の運営

【実施方法】

回数：週 1 回（期間内に 20 回以上、最大 25 回まで）

実施時間：1 日/3 時間以上 8 時間以内

日当発生：有（1 日¥5,000、交通費一律 1 日¥1,500）

【本実習のテーマ】

「新興リゾート地における集客率、売上げアップのための企画商品の開発」

【実習内容】

温浴施設：

「集客数向上を目的としたプロモーション戦略の提案」

ホテル：

「客室売上向上を目的としたプラン商品の拡充」

Ⅲ 実施内容および結果

1. 状況分析

実習先である「花和楽の湯」と「カワラホテル」はどのような立地にあり、どのような商品を扱っているのか。その立地と施設の最大の魅力とは何かをSWOT分析した。その結果、以下のような分析結果を導き出すことが出来た。

強み (Strengths)

- ・多彩なお風呂や岩盤浴がある。
- ・都内から快速で1時間のアクセス。
- ・海外からの長期滞在者が多い。(ビジネス目的)
- ・和紙、絹織物等の伝統工芸品、地酒や鬼瓦等の特産品がある。

弱み (Weaknesses)

- ・若い世代の利用が少ない
- ・施設の認知度が低い
- ・周辺施設に食事をするとところが少ない。
- ・町に来る動機付けとなるものが少ない。

機会 (Opportunities)

- ・Instagram等のSNSに映えるアイテムがある。
- ・一日中楽しむことの出来る工夫が作れる。
- ・浴衣で館内を過ごすことが出来ることにより、非日常を楽しめる工夫ができる。

脅威 (Threats)

- ・駅から遠い。
- ・宿泊施設と温泉施設との統一感が感じにくい。
- ・温泉の他に娯楽を楽しむことが出来ない。

施設が所在する「小川町」には地酒の醸造所、ユネスコ無形文化遺産の「小川和紙」「おからドーナツ」など多くの地場商品が存在し、これらの魅力商品をふんだんに利用し、小川町の魅力のPRと施設への多くの集客、売上増進目的とした商品開発とPRツールを作成することに決定した。

2. 情報発信ツールの新規作成と配信

情報発信ツールとして元々実習先にて使用していたツールはホームページのみであった。非常に簡素な作りで情報更新の頻度が低く、理解しにくいものであった。そこで、施設内外の情報と魅力をライブで伝達できるよう、SNSを活用することとした。幅広い年代をターゲットにすべく普及率と利便性の両方の側面を考慮し「Instagram」を利用し、スタッフ目線で様々な魅力を配信するアカウント

“kawaragram (カワラグラム)”を作成した。施設内の季節情緒をはじめ、イベント情報、実習生自ら様々な場所を訪れ、施設の周辺情報も併せて配信を開始した。その結果、施設の特約農家や隣接する和紙会館、地酒の酒蔵など多くの方々とのコラボレーションが生まれ実習終了後にはフォロワーが150名まで伸びた。

3. 宿泊者専用ラウンジ「花音 (かのん)」の期間限定営業

温泉施設内には多くの施設があり、利用客の多くがレストラン「食楽」を利用していることが判った。しかしレストランは温泉施設のみの利用客も宿泊客も兼用で利用できる仕組みになっており、宿泊者に対する「特別感」の提供の場が少ないことも判った。また施設には開店休業状態に近いラウンジがあり、その空間を利用し、何か宿泊者向けの限定企画ができないかと考え、「宿泊者専用ラウンジ」の期間限定営業をすることに決定した。

【概要】

施設名：花和楽の湯 宿泊者専用ラウンジ「花音～かのん～」

目的：稼働率向上、集客数向上

営業期間：2018年1月26日～2月17日

祝日を含めた毎週金曜・土曜

営業時間：19:00～22:00

料金：大人1人¥1,000(税込)(子供：無料)

(ただし、コンセプトルーム(※後述)宿泊者は宿泊料金に含まれる。)

提供商品：ビール(小瓶)、焼酎(芋、麦)

ウィスキー、果実酒(ゆず)、ワイン(白、赤) オリジナルカクテル、ノンアルコール飲料(ウーロン茶、オレンジジュース、コーラ、ジンジャエール、サイダー、コーヒー、紅茶)、オリジナルノンアルコールカクテル

おつまみ(キャンディーチーズ、カルパス、ピクルス、オリーブ、ミックスナッツ、チップス)

コンセプト：和紙を使用した和モダンな落ち着いた雰囲気提供。都会の喧騒から離れ、落ち着いた雰囲気の中で優雅な週末の一時を過ごして頂く。

【内容】

～コンセプトを五感で感じる演出～

和紙を使った間接照明(視覚)

小川和紙で照明器具を間接的に包み、和紙独特の温もりで落ち着いた雰囲気を演出。

薪の香りでリラックス（触覚・嗅覚）

既存の暖炉を焚き、肌で感じる温かみを演出。

心地の良いジャズ&ブルース（聴覚）

雰囲気の良い音楽を流し、普段とは違った雰囲気を演出（薪の燃える音とのシンクロ）

小川の地酒とオリジナルカクテルを楽しむ（味覚）

帝松や武蔵鶴などの小川町の蔵元で造られる地酒と実習生が考案したオリジナルカクテル（※）を味わいながら、優雅な時間を提供する。

（※）オリジナルカクテル

ゆずのリキュールとブルーハワイシロップを使用したアルコールとノンアルコールのオリジナルカクテルを提供。



4. カワラホテルコンセプトルーム

「和愛（のどか）」の期間限定営業

お越し頂いたお客様により「特別感」を提供することを目的とし、女性客をターゲットに絞り、既存の客室の内装に手を加え、コンセプトルームとして販売を行った。ホテルとして初めて行う「足湯チェックイン」、「ドーナツとドリンクを提供するウェルカムドリンクサービス」客室アメニティの変更等、他のホテルにはない独自のサービス手法を考案し実施を試みた。

【概要】

施設名：カワラホテル コンセプトルーム「和愛～のどか～」

目的：集客数向上 施設認知度向上

販売期間：2018年1月26日～2月17日

販売客室数：1日1室

料金：1室2名利用 ￥22,000（税・サ・入湯料込）

通常販売金額：￥18,000（税・サ・入湯料込）

ねらい：既存顧客に少ない若年層の女性をホテルに取り込むため、地元の小川和紙を使ったインテリアのコンセプトルームを設定。若年層女性の情報発信ツールである Instagram などの SNS で発信・拡散してもらい、さらなる利用者増を狙う。

コンセプト：地元和紙を使用した客室、女性向け専門アメニティと源泉による温浴施設の利用によって「より美しく、心温まる、非日常的な女子会」を提供する。

【内容】

和紙をふんだんに使った客室内装

世界無形文化遺産に登録された「小川和紙」を使用した客室内の装飾を行った。（ランプシェード、アクセサリートレイ、ウィンドウスクリーン）

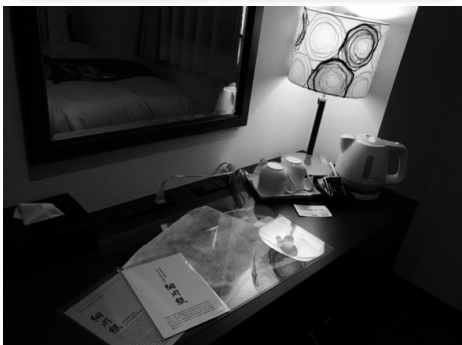


足湯チェックインとウェルカムスイーツ

通常のホテルカウンターチェックインではなく、足湯場にご案内し足湯に浸かりながらのチェックインを行う。手続きの待ち時間を利用して地元のおからドーナツとドリンクをウェルカムスイーツとして提供。さらにチェックイン後、そのまま温浴施設の利用、もしくは客室へのご案内の選択肢を提案し、「セミバトラーサービス」も行った。

専用浴衣と女性向けアメニティ

客室内の浴衣と併せてコンセプトルーム宿泊者専用の女性向け浴衣を用意した。既存の浴衣のデザインはあまり女性受けするものとは考えにくく、今回和紙のデザインに沿うような形で新しい浴衣を用意した。また客室内のアメニティも既存のビジネス出張向けのものから女性向けのものへ全て変更した。浴衣以外のアメニティはそのままお持ち帰り頂けるよう小型で香り、効用効果の高いものを選択した。



5. 結果

【宿泊者専用ラウンジ花音〜かのん〜】

利用人数：9日間のべ43名（うち、子供4名）

売上金額：¥39,000（プラン宿泊者を含む）

男女比率：男性：24名 女性：19名

【コンセプトルーム和楽〜ほのか〜】

宿泊人数：2組4名（共に1泊のみ）

売上金額：¥44,000

女性のみの利用

今回の実売期間中にご利用頂いたお客様へアンケート調査も併せて行った。以下のようなコメントを頂いた。

【ラウンジ花音〜かのん〜】

〈空間について〉

- ・ 座席が少ない。
- ・ この価格で雰囲気も良くもう少し告知を徹底すれば良いと思う。
- ・ よく見ると…位の和紙演出であればあってもなくてもあまり変わらない。
- ・ 静かで、ゆったりとした空間に満足。
- ・ 落ち着いた雰囲気でリラックスできた。この空間は素敵です。

〈ドリンクメニューやおつまみについて〉

- ・ おつまみのビュッフェ形式は良かったと思う。
- ・ おつまみは、ソーセージがあれば良かった。サラダがあれば嬉しい。
- ・ ワインが好きなのでチーズは嬉しかった。

〈料金について〉

- ・ 子供無料は有難かった。子供に暖炉を見せたかったので気軽に来られて良かった。
- ・ 価格が安いので、たくさんお酒を飲む方にとってはお得だと思う。

- ・ 継続するのであれば価格を上げて也十分なサービスだと思う。

〈接客について〉

- ・ 丁寧に対応いただいた。自然な笑顔でよかった。
- ・ 大学生が企画したとは思えないクオリティーだった。価格以上のサービスだった。

【コンセプトルーム和楽〜ほのか〜】

- ・ 大変気に入りました。続けて欲しいです。
- ・ 価格以上のサービスでした。
- ・ さりげない和紙がオシャレだった。ただ、メインの何かがあればもっと良かった。
- ・ ドーナツがとても美味しかった。まさか、食べながら足湯ができると思っていなかったから嬉しい驚きが大きかった。
- ・ アメニティーはびっくりした。うれしかった。

ほとんどのお客様がラウンジ、コンセプトルーム共に大変満足し、継続を希望するコメントを多く頂いた。またその反面、今後の課題となる告知方法や演出についてもアドバイスを頂くことができた。

IV まとめ

今回は初めての実習参加と言うこともあり、多くの意識付けを継続的に行った。特に「売れるものを作る。既存の真似では意味がない。」「学生考案商品だから売れる」という慢心の除去「ローコスト・ハイパフォーマンス」「仕入と売上」「サービスとホスピタリティ」など、マネジメントに関する意識を多く指導した。また受入先企業の方は業務の合間を縫って今回の実習に立ち会って下さっているのであり、「指導・教育」が本業ではない為、常に感謝の気持ちを持って実習に参加することを徹底した。その結果、ほぼ無の状態からスタートした実習生達の中に経営・管理としてのマネジメントの基礎知識や実務を通して見えた次の課題に対する次のアプローチの考察、「より良いものを提供するための向上心」が芽生えた様子が伺えた。また仲間、お客様など「人・相手」を思いやるコミュニケーション、チームワーク、ホスピタリティマインドの育成にも本実習は大いに有効であったと考える。次年度も同様の実習に参加する機会があれば、今回以上の結果が得られるようなハードルを設け、実行したいと考える。



V 謝辞

今年度より新たな試みとして埼玉県の委託事業である課題解決型インターンシップに参加し、教育現場において様々な指導法を実践・共有することができた。また本実習の基幹校である埼玉大学様をはじめ、受入先企業であるカワラリゾート株式会社様、そして多くの先生方にアドバイスやアイデアを頂き、有効かつ効果的な実習運営方法を日々研鑽する機会を頂いたことに厚く御礼申し上げます。

